

รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

The Digital Media Management Model for Community Based Tourism.

พรฟ้า สุทธิคุณ* ปัญญา เลิศไกร และนพรัตน์ หมี่พลัด

Pornfar Sutthikhun* Punya Lertgrai and Nopparat Meeplat

Received: 30 June 2022, Revised: 5 October 2022, Accepted: 11 October 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัล การท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) เพื่อประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบกระบวนการวิจัย และพัฒนา (Research and Development) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำและตัวแทนชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งสิ้นจำนวน 40 คน ซึ่งใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนบ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เดินตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ และเปิดรับสื่อออนไลน์เชื่อมต่อโลกโซเชียลผ่านมือถือ และได้สร้าง Facebook Page ท่าแพบ้านเรา ขึ้น

2. การพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน รูปแบบจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับดี การประเมินความสอดคล้ององค์ประกอบของแผนรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี

3. การประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : สื่อดิจิทัล, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

The purpose of this research were to 1) To study, analyze, synthesize a model of digital media management of community-based tourism. 2) To develop a digital media management model for community-based tourism. 3) To assess the effectiveness of using a digital media management model for community-based tourism. The samples used in this research were community leaders and representatives of Ban Tha Phae, Pak Phun Sub-district, Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. A total of 40 participants, using a specific randomized method.

The results showed that

1. Analysis and synthesis of digital media management model of community-based tourism Ban Tha Phae Community, Pak Phun Subdistrict, Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. Follow the Sufficiency Economy Philosophy. There are interesting natural attractions. And open to online media, connect to the social world through mobile phones and create a Facebook Page, Tha Phae my home.

2. The development of digital media management model for community-based tourism. The digital media management model for community-based tourism Overall, it was appropriate at the highest level. community tourism in good level Assessing the Consistency Elements of the Community-Based Digital Media Management Model Plan Overall, it's at a good level.

3. The evaluation of the effectiveness of the use of digital media management model of community-based tourism. The results of the evaluation of the efficiency of using the digital media management model for community-based tourism, as a whole, people were satisfied with the digital media management model of community-based tourism. at a high level.

Keywords : digital media, community-based tourism

บทนำ

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560–2564) โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตามกรอบแนวคิดหลักการของนโยบายของรัฐบาลยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561–2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560–2564) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชน การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติอย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560–2564) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ.2560–2564) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการของประเทศ เป็นแนวคิดการพัฒนาในอนาคตที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์การเตรียมความพร้อม รองรับการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาค (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560–2564) โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ตามกรอบแนวคิดหลักการของนโยบายของรัฐบาลยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561–2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560–2564) ที่ให้ความสำคัญกับการยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของประชาชน การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติอย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560–2564) และแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ.2560–2564) ซึ่งถือเป็นแผนในการกำหนดทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว การกีฬาและนันทนาการของประเทศ เป็นแนวคิดการพัฒนาในอนาคตที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์การเตรียมความพร้อมรองรับการรวมตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาค (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนโดยภาครัฐมีการกำหนดแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ พ.ศ.2561-2565 เป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพและทักษะของทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน ตามแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานความพอเพียง อีกทั้งยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีมาตรฐานคุณภาพภายใต้ขีดความสามารถ การรองรับของชุมชนและเพื่อเพิ่มจำนวนเครือข่ายและความเข้มแข็งของ

เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีเป้าหมายหนึ่งคือการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำของประเทศผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายดังกล่าวหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ต่างร่วมมือผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านโครงการต่าง ๆ นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีผลสำคัญในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีหลายประการ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพ การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการยกระดับภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยในสายตานักท่องเที่ยวทั่วโลก การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวคิด “ประเทศไทย 4.0” (Thailand 4.0) การประกาศให้ปี พ.ศ. 2558 เป็นปี “การท่องเที่ยววิถีไทย” (2015 Discover Thainess) การให้ความสำคัญกับการใช้สื่อสังคม (Social Media) เพื่อยกระดับการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศ การปรับปรุงการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้ มาตรฐานสากล เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารเจริญก้าวหน้าไปไกลมาก เครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ สังคมทุกมุมโลกสามารถติดต่อเข้าถึงซึ่งกันและกันได้อย่างรวดเร็ว ถือได้ว่าการสื่อสารมีความจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นกิจกรรมที่มนุษย์ต้องเผชิญอยู่ทุกวัน ในโลกของการประกอบธุรกิจและการดำเนินงานทางการตลาดศาสตราจารย์ Philip Kotler นักวิชาการตลาดมองว่า ปัจจุบันเป็นยุคของการตลาดอาเซียน และแนวโน้มการตลาดจากนี้ไปจะเข้าสู่ยุค Social Media การสื่อสารจึงต้องเข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดทุกขั้นตอนของการตลาด (Kotler, 2003) การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาด (Marketing Communications) ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้นักการตลาดนำเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการมาใช้เพื่อต้องการใกล้ชิดผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น โดย Schultz (1993 อ้างอิงใน Lucia Porcu, Salvador del Barrio Garcia and Philip J. Kitchen, 2012)

การท่องเที่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว Minazzi (2015) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล โดยทำการเปรียบเทียบขั้นตอนของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ (Decision-making process) เข้ากับขั้นตอนการวางแผนการท่องเที่ยว (Travel planning process) เพื่อนำมาอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว และผลกระทบ

ของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีนักท่องเที่ยว โดยพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) และพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase behavior) (Kotler, Bowen, & Makens, 2010; Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2012, as cited in Minazzi, 2015) ส่วนขั้นตอนการวางแผนท่องเที่ยว (Travel planning process) นั้นประกอบไปด้วย 3 ช่วงหลัก คือ ช่วงก่อนการเดินทางท่องเที่ยว (Pre-trip) ช่วงระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (During-trip) และช่วงหลังการเดินทางท่องเที่ยว (Post-trip) (Engel, Blackwell, & Miniard, 1990, as cited in Minazzi, 2015; ณิชรา ศรีพลอยรุ่ง, 2558)

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT Management) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการให้เจ้าของท้องถิ่นเป็นผู้ดูแลการจัดการฐานทรัพยากรชุมชนตนเอง เพื่อประโยชน์ในมิติของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชน ในบริบทการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการจัดการตัวเองในการพิจารณาการใช้ประโยชน์จากการวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านนี้ เป็นการคำนึงถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และหมายรวมถึงการกระจายรายได้การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดหมายปลายทางในการกลับมาบำรุงดูแลรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติชุมชนท้องถิ่นเองก็สามารถที่จะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนามาตรฐานและคุณภาพของการท่องเที่ยวของตนเอง โดยเริ่มต้นจากชุมชนระดับรากหญ้าจนถึงองค์กรการปกครองท้องถิ่น และอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกด้วย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560)

บ้านท่าแพ ตำบลปากพูนในอดีตเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำจากอ่าวไทยเข้ามายังใจกลางเมืองนครศรีธรรมราช เดิมชื่อ "ปากน้ำปากพูน" กลุ่มคนที่อาศัยอยู่แต่ดั้งเดิมมีทั้งชาวไทยและมุสลิม โดยชาวมุสลิมอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในรัชสมัยรัชกาลที่ 2 ส่วนใหญ่เดินทางมาจากหนองจอก ส่วนคนไทยบางส่วนอพยพมาจากเมืองเพชรบุรี มีชุมชนที่สำคัญในอดีต คือ "ชุมชนโมคลาน" ตำบลปากพูนแบ่งเขต การปกครองออกเป็น 12 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านไสม่วงหัส, หมู่ 2 บ้านดอนทะเล, หมู่ 3 บ้านสั๊กงาม, หมู่ 4 บ้านห้วยไทร, หมู่ 5 บ้านแสงจันทร์, หมู่ 6 บ้านท่าเตียน, หมู่ 7 บ้านบ่อโพธิ์, หมู่ 8 บ้านปากพูน, หมู่ 9 บ้านตลาดพุดหัส, หมู่ 10 บ้านศาลาบางปู, หมู่ 11 บ้าน

ปากพึง และหมู่ 12 บ้านปากน้ำเก่า ขนาดพื้นที่ตำบลปากพุนมีเนื้อที่ทั้งหมด 69.34 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 43,335 ไร่ ภูมิประเทศเป็นที่ราบชายฝั่งทะเล มีลักษณะเป็นดินทราย และมีคลองท่าแพ หรือคลองปากพุน และคลองปาก พึง ไหลผ่าน จึงมีภูมิอากาศแบบมรสุมเขตร้อน แต่อากาศโดยทั่วไปไม่ร้อนจัดเนื่องจากมีอิทธิพลของร่องมรสุมพาดผ่านจึงมีฤดูเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนและฤดูฝน อาชีพหลักของตำบลปากพุน ได้แก่ การประมง ทำสวน ทำนา ส่วนอาชีพเสริม ได้แก่ ก่อสร้าง รับจ้างทั่วไป แกะรูปหนังตะลุง และมีสถานที่ท่องเที่ยว มากมายเช่น วัดไพศาลสถิต โบสถ์เก่า และเรื่องเล่า จากความทรงจำ วัดท่าม่วง, เกจิผู้ยังมีลมหายใจ ท่ามกลางศรัทธาอันยิ่งใหญ่ ของพุทธศาสนิกชน, ผาสุกดินเผา วัดท่าแพ, มากกว่าความทรงจำในวิถีพื้นเมือง คือเรื่องการอนุรักษ์ต่อยอด, อนุสาวรีย์วีรไทย วีรกรรมอันยิ่งใหญ่ของเหล่าทหารกล้า, พิพิธภัณฑวิโรไทย, เฉลิมพระเกียรติเฉลิมพระชนมายุ 72 พรรษา, เจดีย์ศรีรัตนธัช แห่งวัดมะม่วงทอง, ความทรงจำที่ทรงคุณค่า ศูนย์การเรียนรู้ แกะรูปหนังตะลุง, รูปเงาเล่าอดีต, จุดชมวิวมวิมวิตน์ไม้ คู่วิถีเรียบง่ายสบาย ๆ ที่บางปู, ปากน้ำปากพุน ล่องคลองท่องปากน้ำ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ สัมผัสธรรมชาติที่สมบูรณ์ (เศรษฐกิจสุ่มภัยชัย คงจันทร์. สัมภาษณ์โดยนายพรฟ้า สุทธิคุณ, องค์การบริหารส่วนตำบลปากพุน. 1 สิงหาคม 2564)

ปัญหาที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพราะชุมชนขาดการใช้เทคโนโลยีหรือขาดความรู้ในการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว หรือวัฒนธรรมในชุมชนผ่านทางสื่อดิจิทัลอย่างจริงจัง ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนมีจำนวนน้อยเนื่องจากยังไม่รู้จักชุมชนมากนัก ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญในการผลักดันให้การท่องเที่ยวในชุมชนบ้านท่าแพมีข้อมูลนำเสนอวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน เพื่อให้ชุมชนกลับมาได้รับความนิยมและเกิดรายได้จากการท่องเที่ยวหมุนเวียนในชุมชนเพิ่มขึ้น เกิดการรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งผู้นำและสมาชิกในชุมชนมีความต้องการสื่อดิจิทัลที่นำเสนอข้อมูล ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นอยู่วิถีชีวิตของชุมชนบ้านท่าแพโดยเป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวจนเกิดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งคนในชุมชนจะเป็นนักเล่าเรื่องวิถีชีวิตการท่องเที่ยวภายในชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในชุมชนด้วย เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนสนับสนุนวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนและมีการเชื่อมโยงข้อมูลจนเกิดเป็นการพัฒนานวัตกรรมสื่อดิจิทัล (ชุดิสนันต์ เกิดวิบูลย์เวช, 2560) โดยต้องการให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว สามารถสื่อสารกันผ่านประสาท

สัมผัสทั้งห้า ส่วนการถึงข้อมูลการท่องเที่ยวไม่ใช่เห็นเฉพาะหน้าจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น แต่สามารถสื่อดิจิทัลที่เป็นรูปแบบสื่อกราฟิกที่สามารถดูภาพเคลื่อนไหว เสียง ข้อความพร้อม ๆ กัน จะมีกราฟิกคอมพิวเตอร์ไหลออกมาให้ข้อมูลที่ข้างนอกจอ หรือที่เรียกว่าความเป็นจริงส่งเสริมเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์เผยแพร่ สร้างการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกดิจิทัลในปัจจุบันอย่างทันสมัย

แนวทางที่ผ่านมา รูปแบบของเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความเรียบง่าย มีเนื้อหาที่เหมาะสม หมายถึงข้อมูลรายละเอียดสินค้าและข้อเสนอขาย เนื้อหาที่ดีควรเริ่มต้นจากการตั้งชื่อเว็บไซต์ให้จำได้ง่าย จัดลำดับข้อมูลที่นำเสนอให้เข้าใจง่าย ควรเน้นสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอและประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทหรือธุรกิจ เป็นต้น ในกรณีที่จะสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวขึ้นมาเองหลักสำคัญในการจัดทำเว็บไซต์การท่องเที่ยว คือ การให้ความสะดวกสบายในการใช้บริการของลูกค้ามากที่สุด การเพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้า การจัดแบ่งประเภทข้อมูลในเว็บไซต์และการสร้างชุมชนทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ท่องเที่ยวสามารถแบ่งตามประเภทของธุรกิจ ได้ดังนี้ 1) เว็บไซต์ขององค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2) เว็บไซต์ของโรงแรม ที่พักแรมในรูปแบบต่าง ๆ 3) เว็บไซต์เกี่ยวกับการบริการข้อมูลการท่องเที่ยว และการเดินทาง 4) เว็บไซต์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 5) เว็บไซต์เกี่ยวกับอุปกรณ์ในการท่องเที่ยวสอดคล้องกับการศึกษาของซี หลี และธรรณธร ปัญญาโสภณ เรื่อง การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่มมิลเลนเนียลที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีน(ซี หลี และธรรณธร ปัญญาโสภณ, 2562)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สร้างรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน นวัตกรรมดังกล่าวมุ่งเน้นไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่จะสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ตามกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวไร้รูปแบบ การท่องเที่ยวได้ทุกที่ทุกเวลาการท่องเที่ยวที่ไม่มีความแน่นอน และยากจะคาดเดาซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการที่มากขึ้นในการใช้เทคโนโลยีเครือข่ายข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอที่ทันสมัยและสะดวกรวดเร็วในการท่องเที่ยว ซึ่งสื่อที่กล่าวมาสามารถเป็นสื่อในการเข้าถึงข้อมูลแหล่งการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตคนในชุมชนดีขึ้น นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชน ในชุมชนบ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยการใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง เป็นผู้นำและตัวแทน ชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งสิ้นจำนวน 40 คน

ระยะที่ 1 การศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการดำเนินการข้างต้น ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการวิจัยในการลงไปเก็บข้อมูลในพื้นที่จากการศึกษาเอกสารของพจนานุกรม (2554, อ้างถึงในชุดวิทยานิพนธ์ ก้นทะอุ (2560) มากำหนดเป็นวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้กำหนดจากการวิเคราะห์ศึกษาเอกสารตำรา บทความ ทฤษฎีและหลักการงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว องค์ประกอบของการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และงานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

2. สำนวณสภาพปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้ (1) การสัมภาษณ์การศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของชุมชน ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม วิจัยโดยคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 1 ยกร่างรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 การปรับปรุงรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ครั้งที่ 1 ตามข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 5 การปรับปรุงรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ครั้งที่ 2

ระยะที่ 3 การประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. นำรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อรับรองคุณภาพของสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. นำรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นนำสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เสนอต่อระดับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่

1. แบบประเมินความสอดคล้องเหมาะสมของรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. แบบประเมินแผนการจัดรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. แบบสอบถามเพื่อวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยวรูปแบบจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผลการวิจัย

1. ผลวิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น ชุมชนบ้านท่าแพ ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช บ้านท่าแพ ตำบลปากพูนในอดีตเป็นเส้นทางคมนาคมทางน้ำจากอ่าวไทย เข้ามายังใจกลางเมืองนครศรีธรรมราช เดิมชื่อ “ปากน้ำปากพูน” ชุมชนใช้ชีวิตแบบดั้งเดิม พึ่งพา อาศัยซึ่งกันและกัน เดินตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีแหล่งให้ความรู้ทั้งนี้ยังมี สถานที่ท่องเที่ยวที่ชุมชนแนะนำ วัดไพศาลสถิต วัดท่าม่วง ผาสุกดินเผา วัดท่าแพ อนุสาวรีย์วีรไทย พิพิธภัณฑทวีไทย เจดีย์ศรีรัตนธัช ศูนย์การเรียนรู้ แกะรูปหนังตะลุง จุดชมวิวยามวิวัฒน์ไม้ ที่บางปู และปากน้ำปากพูน จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน พบว่า มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายใหม่ๆ ทั่วโลกเพิ่มขึ้นวันละมากกว่า 1 ล้านคน เชื่อมต่อโลกโซเชียลผ่าน มือถือให้ความสำคัญกับการเปิดรับสื่อผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าสื่อรูป จากการวิเคราะห์สื่อโซเชียลมีเดียยอดนิยมในปัจจุบัน พบว่า โซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ Facebook รองลงมาคือ YouTube ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการท่องเที่ยว องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนมี 4 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวตาม แนวคิดของ Dickman (1996) มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการ ท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยผู้เขียนจึงนำ 2 แนวคิดมาประยุกต์ และพัฒนาเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผนวกกับคุณค่าของการท่องเที่ยวชุมชน คือ เป็นเครื่องมือของการพัฒนาชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนร่วมกับคนในชุมชน มี 8 องค์ประกอบ มีดังนี้ 1. สิ่งดึงดูดใจ 2. กิจกรรมการท่องเที่ยว 3. องค์กรชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญา 4. การมีส่วนร่วมของชุมชน 5. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งต่างๆ มีไว้บริการนักท่องเที่ยว 6. การจัดการอย่างยั่งยืน 7. สร้างการเรียนรู้ 8. พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน

2. ผลพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษวิจัยพบว่า โดยภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($= 4.79$) การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัล การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($= 2.81$) การประเมินความสอดคล้ององค์ประกอบของแผนรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($= 1.13$)

3. ผลประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของประชาชนในชุมชนที่มีต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า โดยภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล (= 4.02, S.D. = 1.05) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านเนื้อหา
รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Facebook Page) (= 3.60, S.D. = 0.88) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Facebook Page) (= 3.70, S.D. = 0.87) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินระดับความพึงพอใจของประชาชนในชุมชนที่มีต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ที่	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
1.	ด้านเนื้อหา รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน Facebook Page ทำที่บ้านเรา	3.70	0.82	มาก
1.	การตั้งชื่อ Facebook Page เหมาะสมและสื่อความหมาย	3.60	0.88	มาก
2.	เนื้อหาตรงกับความต้องการของชุมชน	3.65	0.81	มาก
3.	การเข้าถึง Facebook Page ทำได้ง่าย	3.80	1.05	มาก
4.	รูปแบบสอดคล้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน	3.75	0.71	มาก
2.	ด้านรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Facebook Page)	3.70	0.87	มาก
1.	รูปแบบการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว	3.70	1.12	มาก
2.	การนำเสนอรูปแบบ Facebook Page ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น	3.80	0.89	มาก
3.	มีการนำรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน มาจัดทำให้น่าสนใจมากขึ้น	3.65	0.81	มาก
4.	เวลาที่ใช้ในการดำเนินรูปแบบการลงศึกษาชุมชนเพียงพอเหมาะสม	3.65	0.98	มาก

3. ด้านประสิทธิภาพ และประสิทธิผล	4.02	1.05	มาก
1. ความชัดเจนของรูปภาพ และเรื่องราวที่นำเสนอ	4.25	1.25	มาก
2. ความรวดเร็วใจการเข้าถึง โดยการสแกน QR Code	3.80	1.05	มาก
3. ข้อมูลที่นำเสนอมีความชัดเจน	3.90	0.96	มาก
4. เนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสมต่อเนื่อง	4.15	1.18	มาก

การประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ช่องทางการรับรู้ Facebook Page ทำแพบ้านเรา (= 4.30, S.D. = 1.27) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความเหมาะสมของกิจกรรมที่นำเสนอใน Facebook Page ทำแพบ้านเรา (= 3.97, S.D. = 1.05) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านความเหมาะสมของเนื้อหา Facebook Page ทำแพบ้านเรา (= 3.79, S.D. = 0.89) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้าน การเข้าถึง Facebook Page ทำแพบ้านเรา (= 3.70, S.D. = 0.87) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 การประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ที่	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
1.	การเข้าถึง Facebook Page ทำแพบ้านเรา	3.70	0.87	มาก
1	มีการประชาสัมพันธ์ Facebook Page ทำแพบ้านเรา	3.60	0.88	มาก
2	ชื่อเพจ จดจำได้ง่าย	3.65	0.81	มาก
3	สามารถค้นหาชื่อ Facebook Page ทำแพบ้านเรา ทำได้ง่าย	3.80	1.05	มาก
4	สามารถเข้าถึงได้โดยการสแกน QR Code	3.75	0.71	มาก
5	ความรวดเร็วในการสแกน QR Code	3.70	1.12	มาก
		3.79	0.89	มาก

2. ความเหมาะสมของเนื้อหา Facebook Page ทำแพบ้านเรา

1	มีการนำเสนอเรื่องของชุมชน	3.80	0.89	มาก
2	เนื้อหามีความเชื่อมโยงในหน้าอย่างเหมาะสม	3.65	0.81	มาก
3	การใช้ภาษา สีสันในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	3.65	0.98	มาก
4	มั่นใจได้ว่าข้อมูลใน Facebook Page ทำแพบ้านเรา มีความน่าเชื่อถือ	4.25	1.25	มาก
5	หัวข้อและลำดับการเข้าถึงเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	3.80	1.05	มาก

3. ความเหมาะสมของกิจกรรมที่นำเสนอใน Facebook Page ทำแพบ้านเรา

1	การไหว้พระทำบุญ วัดทำแพ	3.90	0.96	มาก
2	การชมตลาดร้อยปี ทำแพ	4.15	1.18	มาก
3	การล่องเรือคลองทำแพ	4.20	1.24	มาก
4	การท่องเที่ยวและศึกษาวิถีชีวิตชุมชนและตำนานพ่อจำด้า (ญี่ปุ่น ขึ้นที่คลองทำแพ)	3.65	1.08	มาก

4. ช่องทางการรับรู้ Facebook Page ทำแพบ้านเรา

1	จากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ รีวิวจากพันทิป Facebook	4.25	1.29	มาก
2	จากสื่อวิทยุ โทรทัศน์	4.30	1.26	มาก
3	จากการค้นหาชื่อ Facebook Page ทำแพบ้านเรา ทำได้ง่าย	4.40	1.27	มาก
4	เข้าถึงได้โดยการสแกน QR Code	3.70	1.37	มาก

รวม	3.94	0.95	มาก
------------	-------------	-------------	------------

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์ รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น ชุมชนบ้านทำแพ เป็นชุมชนใช้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม พึ่งพา อาศัยซึ่งกันและกัน เดินตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีแหล่งท่องเที่ยวทาง

ธรรมชาติที่น่าสนใจ และเปิดรับสื่อออนไลน์เชื่อมต่อโลกโซเชียลผ่านมือถือ และได้สร้าง Facebook Page ทำแพบ้านเราขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฬารัตน วงศ์ (2559) ได้ศึกษาการออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตแอดทิฟเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมไทย กรณีศึกษา วัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร พบว่าผลงานการออกแบบแบ่งได้เป็น 1. ตราสัญลักษณ์ 2. สื่ออินเทอร์เน็ตแอดทิฟ จากนั้นผู้วิจัยนำผลงานการออกแบบ ทำการประเมินผลการออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าว สามารถยืนยันสมมติฐานที่ว่า การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตแอดทิฟการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมไทยสามารถอำนวยความสะดวกให้ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ ทำให้นักท่องเที่ยว มีความเข้าใจวัดอรุณ ราชวราราม และงานวิจัยของขวัญพา ศรีสว่าง และอรธ อาธิรอบ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารผ่านแผนที่และสื่อท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ออกแบบสื่อเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการโดยนำเสนอสื่อออกมาในรูปแบบของแผ่นพับที่น่าสนใจ ข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตก ตลอดจนผู้ใช้งานสามารถที่จะสแกนคิวอาร์โค้ดเพื่อเลือกรับชมสื่อในรูปแบบวิดีโอโมชันกราฟิก

2. การพัฒนารูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า การตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี การประเมินความสอดคล้ององค์ประกอบของแผนรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประสิทธิ์ สิงหาสิน (2560) ได้ศึกษาการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลรับตะวันใหม่ก่อนใครในสยาม จากผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการออกแบบต้องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจ ไม่ซ้ำใครและเข้าถึงกับทุกกลุ่มเป้าหมาย สามารถเชิญชวนให้ทุกคนมางานเทศกาลได้เป็นอย่างดี การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับคนที่มาดูได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอนพสิทธิ์ ไชยเชษฐ์, รัชดา ภักดิ์ยิ่ง และ จริยา ปันทวัฏฐ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ในจังหวัดขอนแก่น เมื่อประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ พบว่าประสิทธิภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยประสิทธิภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก และประสิทธิภาพด้านการผลิตจัดอยู่ในระดับมากเช่นกัน การประเมิน

ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยความพึงพอใจด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจด้านการผลิตอยู่ในระดับมากเช่นกัน

3. การประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผลการประเมินประสิทธิภาพการใช้รูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยภาพรวมประชาชนมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับผลการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านท่าแพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ ชี หลี (2560) ได้ศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่ม Millennials ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Travel, FIT) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเลือกใช้เว็บไซต์และแอปพลิเคชันของ Ctrip จะเน้นความต้องการในการเช็คข้อมูลตั๋วเครื่องบินหรือที่พักและทำการจอง สำหรับผู้ใช้ mafengwo จะเน้นความต้องการในการอ่านรีวิวการท่องเที่ยวแบบอิสระของประเทศไทยเป็นหลัก สำหรับความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ตทั้ง 2 ผู้ใช้ Ctrip เห็นชอบในด้านข้อมูลสินค้าที่หลากหลาย ราคาตั๋วเครื่องบินที่ไม่แพง และการออกตัวเครื่องบินภายใน 24 ชั่วโมงได้ส่วนผู้ใช้ mafengwo เห็นชอบในด้านข้อมูล รีวิวที่มีปริมาณเพียงพอถูกต้องแม่นยำ และน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สถาพร เกียรติพิริยะ (2563) ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล การเติบโตของการท่องเที่ยวส่วนหนึ่ง ถูกขับเคลื่อนด้วยความก้าวหน้าอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (IoT) ที่เอื้อให้นักท่องเที่ยว สามารถสืบหาข้อมูล จองตั๋วเครื่องบิน จองห้องพัก และชำระเงินได้สะดวกมากขึ้น สำหรับผู้ประกอบการ ต้องสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลในลักษณะที่ทำให้ผู้ประกอบการในเมืองรองมารวมตัวกันในกลุ่มผู้ประกอบการมีลักษณะเดียวกัน บริการในพื้นที่เดียวกัน หรือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะในเรื่องเดียวกันเป็นชุมชนออนไลน์ ต้องสร้างการดึงดูดใจที่ใช้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจในการท่องเที่ยว รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญฤตา ศรีสว่าง และอรุณ อารีรอบ (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพการสื่อสารผ่านแผนที่และสื่อท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผลการศึกษการออกแบบและพัฒนาแผนที่และสื่อท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัล เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมพื้นถิ่นในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคตะวันตกที่มาจากความต้องการของคนในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนศึกษา

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความคาดหวังและความสำคัญต่อช่องทางการโฆษณา โดยเฉพาะผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยว ผ่านสื่อออนไลน์ และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีแนวโน้มจะให้ความสนใจอย่างมาก จึงควรนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ และข้อมูลเกี่ยวกับวัด โดยการใช้ เทคโนโลยีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้แบบเรียลไทม์และเป็นปัจจุบัน

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ และจัดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนและระบบบริการข้อมูลการท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรจะวิจัยปฏิบัติการจัดการ ควรปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมให้ชุมชนได้เข้ามามีบทบาท

2.2 ควรมีการวิจัยเรื่องเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.3 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการรูปแบบการจัดการสื่อดิจิทัลการท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่นๆ ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ .ศ . 2 5 6 0 – 2 5 6 4) , [ออนไลน์] . แห ล่ ง ที่ ม า : <https://mots.go.th/download/article/>, [1 สิงหาคม 2564.]
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). รายงานประจำปี 2561. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ขวัญยุพา ศรีสว่าง, อรรถ อาธิروب. (2564). การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารผ่านแผนที่และสื่อท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- จุฑาวรรณ วงศ์. (2559). การออกแบบสื่ออินเทอร์เน็ตแอคทีฟ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมไทย กรณีศึกษาวัดอรุณราชวราราม ราชวรมหาวิหาร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 2408-2423.
- ชุติสันต์ เกิดวิบูลย์เวช. (2560). สื่อดิจิทัลใหม่... สื่อแห่งอนาคต (ฉบับปรับปรุง). บัณฑิตพัฒนาบริหารศาสตร์, สถาบัน.
- ชี หลี. (2560). การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่ม Millennials ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชีหลี่, & ธรรมธรปัญญา โสภณ. (2018, June). การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มมิลเลนเนียลที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Traveler, FIT). In รายงานการประชุม Graduate School Conference (Vol. 1, No. 1, pp. 249-258).
- ณิศา ศรีพลอยรุ่ง. (2558). การใช้สื่อดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสิทธิ์ สิงหาสิน. (2560). การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เทศกาลรับตะวันใหม่ก่อนใครในสยาม. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

สถาพร เกียรติพิริยะ. (2563). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองด้วยเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล.

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 7(12), 436–450.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). การท่องเที่ยวเชิง

สร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : องค์การ.

อนณพิชฐ์ ไชยเชษฐ์ และคณะ. (2564) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการ

ท่องเที่ยวเชิงพุทธ ในจังหวัดขอนแก่น. *Journal of Buddhist Education and*

Research : JBER. 7(1) (มกราคม – เมษายน) 121-122.

Minazzi, R. (2015). *Social media marketing in tourism and hospitality*.

Switzerland: Springer International Publishing.

ผู้เขียน

นายพรฟ้า สุทธิคุณ*

ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการพัฒนา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจี้ อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280

E-mail: Pornfarsutthikhun@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา เลิศไกร

ประธานอาจารย์ที่ปรึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจี้ อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280

E-mail: pkpunya2561@gmail.com

ดร. นพรัตน์ หมีพลัด

อาจารย์ที่ปรึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจี้ อำเภอมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280

E-mail: nopparat_mee@nstru.ac.th